

Presseinformation

IT & Mobile Communication B2B » Disruptive Kampagne für Enterprise Edition

Let's Talk Business: Samsungs disruptive Kampagne für die neue Enterprise Edition

Bei der Einführung des neuen Samsung B2B-Flaggschiffs Galaxy S10 Enterprise Edition steht der Mittelstand im Fokus

- Digitalkampagne adressiert CEOs und IT-Verantwortliche im Mittelstand
- Landing Page als Kampagnen Hub
- Sam als unterhaltsame Therapeutin und gut informierte Markenbotschafterin



Schwalbach/Ts. – 26. April 2019 – Mobile Business ist ein stetig wachsendes Geschäftsfeld für Samsung, die Enterprise Edition das Aushängeschild. Unter dem Motto Let's Talk Business wird nun das neue B2B-Flaggschiff Galaxy S10 in einer auf Leadgeneration ausgerichteten Digitalkampagne vermarktet. Zielgruppen sind CEOs und IT-Verantwortliche mittelständischer Unternehmen. Herzstück der von Ogilvy entwickelten Kampagne sind zwei Videos, die auf die jeweiligen Bedürfnisse der unterschiedlichen Zielgruppen eingehen. Hinzu kommen ein Tutorial-Video vorrangig für CEOs sowie ein Capture Piece in Form eines Podcasts für IT-Verantwortliche. Sam, zentrale Protagonistin der Kampagne, ist gleichzeitig Markenbotschafterin und Therapeutin.

Im Fokus der Kampagne stehen die Benefits und Features der Enterprise Edition, welche Unternehmen bei Herausforderungen im Geschäftsalltag unterstützen und Produktivitätspotenziale identifizieren können. Schwerpunkte sind demnach die tragenden Pfeiler Knox Configure und der Firmware-Over-The-Air Service E-FOTA. Arbeitsproduktivität und Sicherheit sind daher auch das Leitmotiv der disruptiven Kampagne, die einerseits kreativ und unterhaltsam, andererseits aber auch informativ und Nutzerorientiert unterwegs ist.

„Unsere Kampagne adressiert die Verunsicherung vieler mittelständischer CEOs und IT-Verantwortlicher, wie sie mit den steigenden Anforderungen beim professionellen Einsatz mobiler Geräte umgehen sollen“, sagt Sascha Lekic Director IM B2B bei Samsung Electronics GmbH. „Sicherheit und

höhere Arbeitsproduktivität sowie eine möglichst einfache Administration sind ihre zentralen Pain Points.“

„Sam, die gut informierte Therapeutin und Markenbotschafterin, erkennt ihre Probleme und zeigt ihnen einen Ausweg“, ergänzt Simone Krüger, Head of IM B2B Marketing, Samsung Electronics GmbH. „Sie vermittelt auf humorvolle und sehr kompetente Art und Weise, wie Lösungen für unterschiedliche Problem-Felder, mit denen mittelständischen CEOs und IT-Verantwortliche tagtäglich zu tun haben, aussehen können.“

Angesprochen werden einerseits klassische CEO-Themen wie Sicherheit, Arbeitsproduktivität und neue Mobilitätsanforderungen. Andererseits geht es Möglichkeiten für ein effizientes Gerätemanagement sowie für schnelle Updates und Anpassungsmöglichkeiten mobiler Geräte - also typische IT- und CIO-Themen.

Landingpage als Kampagnen-Hub

Um die Aufmerksamkeit zu steigern, wurden als Herzstück der Kampagne zwei Videos produziert, die auf die jeweiligen Bedürfnisse der unterschiedlichen Zielgruppen eingehen. Gewählt wurde das Szenario einer Therapie-Gruppe, in der die unterschiedlichen Anliegen und Probleme diskutiert und im direkten Anschluss eine passenden Lösungen vorgestellt werden. Zudem ist ein Tutorial-Video vorrangig für die Zielgruppe der CEOs entstanden, indem - leicht verständlich und informativ - wichtige Vorzüge der Enterprise Edition erklärt werden. Als Pendant dazu wurde ein Capture Piece für die Zielgruppe der IT-Verantwortlichen in Form eines Podcasts erstellt. Hier geht Sam etwas detaillierter auf die spezifischen Vorteile der Enterprise Edition ein. Platziert wurden diese Assets auf einer eigens dafür erstellten Landingpage, die als Hub der Kampagne fungiert. Alle Assets leiten auf diese Seite. Potenzielle Leads werden von dort direkt in den Registrierungsprozess übergeben.

Ausgespielt auf ausgewählten Social Media Plattformen kreierte Ogilvy zudem zielgruppenoptimierte Postings, Display Banner und Video-Teaser mit dem Ziel, den Traffic auf der Landingpage zu erhöhen. Darüber hinaus wird die Kampagne mit Printanzeigen, Newslettern und Sponsored Articals unterstützt, um sowohl die Brand Awareness zu steigern als auch in der Redirect Phase präsent zu sein.

Die Kampagne verantwortet Simone Krüger, Head of IM B2B Marketing bei Samsung Electronics GmbH. Idee, Konzept und Umsetzung stammen von Ogilvy. Im Detail setzt sich das Ogilvy-Team zusammen aus Frank Dittrich, Maximilian Weiss und Eva Heiz (Beratung), Lars Huvart, Colja Lorig und Michael Mogk (Kreation), Martin Feldkircher und Patrick Mülleder (Strategie) und Sarah Riedl (Produktion).

Weitere Informationen und Material finden Sie unter <https://www.samsung.com/de/business/samsung-enterprise-edition/>

Die Videos finden Sie hier:

- <https://youtu.be/re66ZWEckdM>
- <https://youtu.be/fgAiAIEXP6U>
- <https://youtu.be/i-WiwY5qWBM>

Die Pressemitteilung sowie Bildmaterial finden Sie unter:

<https://news.samsung.com/de/samsungs-kampagne-fur-die-neue-enterprise-edition>

Über Samsung Electronics

Samsung Electronics Co., Ltd. inspiriert Menschen und gestaltet die Zukunft mit Ideen und Technologien, die unser Leben verbessern. Das Unternehmen verändert die Welt von Fernsehern, Smartphones, Wearables, Tablets, Haushaltsgeräten, Netzwerk-Systemen, Speicher-, Halbleiter- und LED-Produkten. Entdecken Sie die neuesten Nachrichten im Samsung Newsroom unter news.samsung.com/de.

**Pressekontakt Samsung
IT & Mobile Communications B2B**

Samsung Electronics GmbH
Sebastian Boms
Corporate Marketing
Am Kronberger Hang 6
65824 Schwalbach / Ts.
sebastian.boms@samsung.de

**Pressekontakt Agentur
IT & Mobile Communication B2B**

Ketchum Pleon GmbH
Natalie Kujat
Bahnstraße 2
40212 Düsseldorf
0211 / 9541 2141
samsung.it@ketchumpleon.com